

VU Research Portal

Media en sociaal-culturele verandering. Drie kanttekeningen ter inleiding

Frijhoff, W.T.M.

published in

Tekens en teksten. Cultuur communicatie en maatschappelijke veranderingen vanaf de late middeleeuwen 1992

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Frijhoff, W. T. M. (1992). Media en sociaal-culturele verandering. Drie kanttekeningen ter inleiding. In *Tekens en teksten. Cultuur communicatie en maatschappelijke veranderingen vanaf de late middeleeuwen* (pp. 1-13). University Press.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Media en sociaal-culturele verandering

Drie kanttekeningen ter inleiding

Willem Frijhoff

Verslinders van misdaadromans zullen het prachtige verhaal van Ruth Rendell, *A judgement in stone* (1977), kennen. Het draait om Eunice Parchman, een vrouw die niet opgewassen blijkt tegen de psychische druk die onze gealfabetiseerde samenleving op een analfabeet legt. Ze kan niet lezen, en de keten van misverstanden die dat in haar relatiepatroon en haar werkkring meebrengt, leidt haar bijna automatisch tot moord op haar werkgevers, de vier leden van de familie Coverdale in hun huis vol boeken. Al degenen die haar kleine leefwereld uitmaken zijn vol goede wil, maar de communicatie werkt niet. Het medium ontbreekt. Of liever gezegd, niet het medium zelf ontbreekt, dat wil zeggen het geschreven woord, maar de gemeenschappelijke context waardoor het medium een betekenis krijgt die door allen op dezelfde wijze kan worden verstaan. De culturele competence (zoals Jelle Koopmans het in deze bundel noemt) brengt samen met de performance van het medium een geslaagde communicatie tot stand en realiseert zo een voorwaarde voor sociaal-culturele verandering.

Dit kleine, fictieve drama geeft uitstekend aan waar het in deze bundel om gaat. Niet om de media zelf, ook niet om de context alleen, maar om de interactie tussen het medium en de context, om de wijze waarop communicatie in een specifieke context werkzaam wordt gemaakt en met boodschappen, met metaforen en symboliek kan worden geladen, zodat deze betekenis schept, zingeeft, normen stelt, tot bepaald gedrag aanzet en nieuwe vormen van gedrag bewerkstelligt. "Literacy is one of the cornerstones of civilization. To be illiterate is to be deformed" - schrijft Rendell terecht. Wie de habitus van de schriftcultuur niet deelt, is in de wereld van lezers een gehandicapte, alle goede wil aan beide zijden ten spijt. Communicatie is immers niet alleen een proces van bewuste cultuuroverdracht, in goede of ook wel eens kwade wil. Ze veronderstelt vooral een netwerk van onbewust gedeelde waarden en normen, een gemeenschappelijke basis die de uitdrukkelijk uitgesproken boodschap herkenbaar en acceptabel maakt - die, om met de bijbel te spreken, het zaad in goede aarde doet vallen waar het kan opschieten. Wanneer zo'n gemeenschappelijke basis ontbreekt, wanneer een van de partijen de habitus mist

om met de boodschappen om te gaan, stukt de sociale interactie - in dit verhaal verbeeld door het medium van het geschreven woord. Dan ontstaat onbegrip, spanning, wantrouwen, in het ergste geval een breuk in de relatie, hang naar vernietiging, moord.

In deze inleiding zal ik mij beperken tot enkele kritische reflecties van meer algemene aard, mede naar aanleiding van de bijdragen. Aangezien deze bundel begint met enkele bijdragen over de pre-industriële periode, en aangezien ik daar iets meer mee vertrouwd ben, zal ik hier wat verder in het verleden duiken - al was het maar omdat een aantal problemen zich zo, als door het prisma van de afstand in de tijd gezien, wat duidelijker aftekent.

Wat moeten we onder media verstaan?

De term 'media' zou onbedoeld de nodige verwarring kunnen zaaien. Sinds een aantal jaren wordt die term steeds meer gereserveerd voor wat eigenlijk 'massamedia' zouden moeten worden genoemd, dat wil zeggen - zoals Van Dale ze definieert - "gemeenschapsmiddelen die de massa van het volk bereiken": de gedrukte pers, de film, de radio, de televisie, en bij uitbreiding ook wel de triviale literatuur, de pulpboeken en de popmuziek. Die definitie betreft bij uitstek de produkten van de industriële samenleving maar het zou natuurlijk naïef zijn te menen dat vóór de industriële revolutie geen media, als vormen van communicatie, bestonden. De verleiding bestaat om de thans gangbare definitie meer of minder bewust op het verleden te projecteren, naar de bij conventie erkende voorouders van de huidige massamedia, alsof de geschiedenis in een kaarsrechte lijn verliep. Dat aan die verleiding ook grif wordt toegegeven zien we in het groeiend aantal studies dat de communicatie via het gedrukte woord en de prent, de oudvaders van de massamedia, tot voorwerp neemt: pamfletten, blauwboekjes, almanakken, volksprenten, vroege tijdschriften *e tutti quanti*. Ook in deze bundel is het medium door de meeste auteurs als zo'n object geïnterpreteerd. Slechts enkelen hebben het thema in meer actieve zin opgevat, als een element van een overdrachtsproces: een *performance* in een mysteriespel of een anatomisch theater, een tekensysteem (mode) of een ruimte voor interactie (het warenhuis).

De vraag rijst of het woord 'medium' opgevat als een in tastbare produkten neergelegd instrument van cultuuroverdracht wel voldoende recht doet aan de veranderende aard van de communicatie in de vijf tot zes eeuwen die in deze bundel aan de orde komen. Want wat is een medium? Alweer Van Dale: "een middel om iets te bewerkstelligen of over te dragen". Dat middel kan natuurlijk een simpel object zijn, het kan ook - en wellicht is het dat in vroegere

samenlevingen wel meer geweest dan thans - een woord, een gebaar, een procédé zijn, mits er maar een erkende symboolwaarde aan kan worden gehecht.¹ Die symboolwaarde is immers de kern van alle communicatie. Natuurlijk ligt zo'n middel ingebed in een geheel van conventies die het voor de doelgroep in voldoende mate herkenbaar, begrijpelijk en zinvol maakt, maar niettemin blijft het een middel dat niet onmiddellijk analoog is aan wat wij thans de massamedia noemen. Om het bij enkele algemeen bekende voorbeelden van zulke 'andere' media te laten: denken we aan de dwingende machtssymboliek van de hofcultuur, aan obscene taal, belediging of snoeverij - wezenlijk voor de identificatie van de grenzen van het wij-gevoel en van het veld van eer van een bepaalde groep - of aan liturgie en ritueel, al dan niet publiek tot uitvoering gebracht.²

Communicatie is niet alleen gerichte overdracht van een verbale of picturale boodschap. Ook ritueel is communicatie. Ritueel is namelijk steeds een vorm van deelname, participatie. Het vertegenwoordigt een waarde, die door alle betrokkenen tegelijk wordt gerealiseerd. Zelfs de strikt individueel uitgevoerde rite - zoals een begroeting, een knieval of een kruisteken - is een vorm van instemming met de vormgeving van het leven zoals die collectief wordt beoogd. Elke rite steunt immers op een door de groep of gemeenschap aanvaarde conventie die er betekenis aan geeft. Ritueel gedrag deelt zo in een communicatieproces. Net als het geobjectiveerde medium vormt het als het ware een tussentrap die zich tussen zender en ontvanger inschuift. Die tussentrap kan ons tegelijk tot het inzicht brengen dat communicatie geen eenrichtingverkeer is. De boodschap moet niet alleen worden verzonden, maar zich ook door de ontvanger worden toegeëigend, en juist dat toeëigeningsproces schept ruimte voor een veranderende zingeving. Zelfs een formeel steeds weer op dezelfde wijze overgedragen boodschap of een steeds weer identiek herhaalde rite kan zo in de loop van de tijd een geheel andere betekenis krijgen. Een religieuze processie vinden we enkele eeuwen later tot optocht geseculariseerd terug: de boodschap is intact gebleven, want het doel is nog steeds het welzijn of de glorie van de groep, maar de toeëigening van de boodschap is veranderd, omdat de religieuze waardenschaal door een seculiere is vervangen. We zeggen dan al gauw dat de oude betekenis is uitgehold, zonder voldoende te beseffen dat daar gewoonlijk een nieuwe voor in de plaats is gekomen. Of, omgekeerd, we menen op basis van een gelijkblijvende vorm ten onrechte een continuïteit te bespeuren (de befaamde culturele *survivals*). Juist vanuit communicatief oogpunt biedt continuïteit van vorm immers geen enkele garantie voor een continuïteit van betekenis.³ De vorm is als een huls die steeds weer opnieuw met betekenis kan worden gevuld.

Er bestonden dus media vóóordat de schrijf- en drukkunst werden uitgevonden. Die media zijn door de moderne massamedia en hun voorgangers niet weggevaagd, al hebben ze wellicht andere betekenissen en in alle geval een andere plaats gekregen. Het is de kunst ze aan de hand van een zorgvuldige definitie te identificeren en te herkennen. Natuurlijk zijn zulke media, die veelal aan de schriftcultuur ontsnappen, moeilijker op te sporen. Ze moeten worden afgeleid uit andere typen bronnen: egodocumenten, rechtbankverslagen, etiquetteboeken, normatieve bronnen. Dat maakt de interpretatie ervan onzeker. Ze zijn er echter niet minder reëel om. En vanuit het gezichtspunt van de cultuurhistoricus die sociaal-culturele verandering aan de hand van media wil achterhalen is het minstens zo belangrijk te meten in hoeverre ritueel feitelijk werd gevolgd, boeken effectief werden gelezen en het dagelijks leven concreet in scène werd gezet, als de liturgische voorschriften te kennen, de boekproductie te achterhalen of etiquetteboeken te ontleden. Sociaal-culturele verandering ontstaat immers juist in het spanningsveld tussen de ideologie van de boodschap en de feitelijke perceptie van haar betekenis. Was dat niet het geval, dan was *Big Brother* al vele eeuwen geleden de baas van de mensheid geworden, want aan illusies over manipulatie, sturing en disciplineren, over perfecte wijzen om semantische boodschappen in te prenten, gedragscodes op te leggen of levenswijzen te beïnvloeden is er in de geschiedenis geen gebrek.

Wat is de termijn van de verandering?

Bijna ongemerkt glijdt de reflectie zo over in een tweede punt dat opmerking verdient. Alle of bijna alle auteurs aan deze bundel hebben hun bijdrage op een korte tijdsperiode gericht. Dat is volkomen begrijpelijk, gezien de toegestane omvang en de huidige conventies bij de presentatie van wetenschappelijk werk. Wel dreigt op die wijze een kardinale vraag onbeantwoord te blijven, namelijk of het thema van vandaag ook in de lange duur kan worden bestudeerd. Sommigen zullen dit een overbodige vraag vinden. Zo'n lange-duur-benadering lijkt immers reeds te zijn aangereikt door een auteur als Norbert Elias, die bijvoorbeeld het medium van de etiquetteboeken heeft gebruikt en aan de ontwikkeling van deze en soortgelijke bronnen een volledige theorie van de sociaal-culturele verandering heeft ontleend. Zonder nog te spreken van mindere godheden die over drie eeuwen leescultuur, vier eeuwen iconologie of vijf eeuwen gebaren hebben gepubliceerd. Maar geheel afgezien van de polemiek die dergelijke werken onvermijdelijk uitlokken, kan het geen kwaad de kernvragen hier nog eens opnieuw te stellen.

De eerste vraag is dan of de vormen van communicatie die het medium tot stand wil brengen en die ten grondslag liggen aan de dynamiek van het sociaal-cultureel proces, een beroep doen op stukjes onveranderlijke menselijke natuur. Of is het veeleer zo dat de menselijke waarneming steeds weer opnieuw verandert, in functie van een aantal culturele categorieën die we dan ook zorgvuldig moeten definiëren? Gebruiken mannen of vrouwen door de geschiedenis heen steeds dezelfde typen betekenisdragers, media, om met anderen in communicatie te treden, en zo ja, hebben die media dan ook steeds dezelfde betekenis? Twee verschillende vragen naar de kenbaarheid (voor ons) en de herkenbaarheid (door de tijdgenoot) van het communicatieproces, die niet per definitie hetzelfde antwoord hoeven te krijgen. Het is bekend dat zulke uiteenlopende gebaren als zich buigen, met het hoofd knikken of een vinger naar het voorhoofd brengen in allerlei culturen over heel de wereld heen bestaan en in ver van ons verwijderde eeuwen al werden gepraktiseerd.⁴ Maar zelfs binnen een enkel beschavingssysteem, zoals dat van West-Europa, kunnen er heel verschillende semantische ladingen aan worden gehecht. Wat hier een teken van eerbied is, is ginder een teken van afstand; een teken van instemming in het ene land betekent elders afwijzing; wat de een opvat als een eerbetoon aan de wijsheid ziet de ander voor een verklaring van gekte aan. En wat voor de gebaren geldt, geldt evengoed voor de praktijken, voor de woorden, de beelden, de waarden die aan die dragers worden gehecht, dus voor heel de culturele codes.

Nogal wat studies die de laatste jaren aan het communicatieproces en zijn effectiviteit voor het bewerkstelligen van vormen van sociaal-culturele verandering zijn gewijd, gaan uit van een vanzelfsprekende herkenning en toeëigening van de culturele codes, van de semantiek en de symboliek, door al diegenen die ermee in contact komen. Alsof het volstaat een betekenis aan te reiken om haar ook te laten domineren. En alsof er geen ontsnappingsmogelijkheid voor manipulatie zou zijn. Maar daar ligt nu juist een van de grote nieuwe vragen van de cultuurgeschiedenis: was (en is) de samenleving wel zo één als wij denken? Hoever precies gaat de gemeenschappelijke habitus van een groep, hoever reikt het gemeenschappelijk fonds aan kennis (*common knowledge*) dat de basis van wederzijds begrip vormt, in hoeverre zijn gedragscodes niet alleen groepsbepaald, maar ook alleen voor specifieke groepen als zinvol herkenbaar? Met andere woorden, in hoeverre staat de (formele) ontvangst van een boodschap gelijk met de (inhoudelijke) receptie ervan? Zet een keuterboer in Versailles, en hij raakt zijn Archimedisch punt kwijt. Alleen een Gelaarsde Kat kan hem dan nog uit zijn wanhoop bevrijden, hem zijn zelfvertrouwen teruggeven en tot zinvol gedrag terugbrengen

- maar alle kinderen weten hoe ingenieus de kat daarbij de werkelijkheid geweld moest aandoen, anders gezegd, de semantische codes moest bijstellen.

Eén van de krachtigste media uit de geschiedenis is het visueel signaal van de kleur. Maar kleur is steeds een eigenschap van iets anders. Het is geen medium dat kan worden verzelfstandigd, daarom wordt het zelden op zichzelf bestudeerd. Toch heeft recent onderzoek duidelijk gemaakt dat kleursystemen wel degelijk een eigen, vaak zeer agressieve semantische logica kennen en die ook in het verleden steeds hebben gekend. Onderzoek van Michel Pastoureau en van R. van Uytven heeft voor de Europese middeleeuwen bijvoorbeeld bekrachtigd wat in het voetspoor van etnologen en antropologen (zoals Georges Dumézil) voor streken buiten Europa reeds langer werd aangenomen.⁵ Er bestaat namelijk een wezenlijk verschil tussen universele, uitwisselbare kleuren en gerichte, met een duidelijke boodschap beladen kleuren. Zwart, wit en rood gelden daarbij als universele kleuren die in zo'n grote verscheidenheid aan contexten voorkomen dat ze niet zelf een boodschap te brengen hebben maar een door een andere drager overgebrachte boodschap versterken. Geel, groen en blauw daarentegen zijn bij uitstek emblematische kleuren die zelden of nooit onbewust of onschuldig worden gebruikt maar steeds moeten en kunnen worden gedecodeerd. Niet elk afzonderlijk geel object heeft daarbij een eigen betekenis, maar de plaats die het geel binnen het totale kleurenpalet inneemt is van belang, alsmede de afwijkingen daarvan: geel is de kleur van de jodenhoed en van andere eerloze objecten, maar niet ieder geel object behoort daarom tot de sector van de oneer. Wie wil achterhalen wat zulke kleuren moeten bewerken, in hoeverre ze veranderingen van sociale en culturele aard ondersteunen of zelfs provoceren (zoals groen de natuur als zelfstandige waarde naar voren haalt en blauw ooit een bij uitstek politieke kleur was), wordt dus gedwongen tot een complexe hersengymnastiek waarbij alles met alles samenhangt. De materiële drager (het object) geeft zin aan het visueel signaal, en het semantisch kleursysteem ligt op zijn beurt ingebed in gedrags- en waardencodes. Wat voor de middeleeuwen geldt, is niet minder waar in onze tijd. Het kleurenpalet is ogenschijnlijk rijker geworden, maar de middeleeuwer die wat nauwer zou toezien op de wijze waarop een hedendaags reclamebureau met zijn visueel materiaal omgaat, zou, hoe anders de kleurwaarden thans ook zijn, wel eens een forse *Aha-Erlebnis* kunnen krijgen.

Omgekeerd kan een identieke betekenis tot uitdrukking worden gebracht door in de tijd wisselende rituelen, woorden of voorwerpen. Ja, voorzover de verschillende sociaal-culturele groeperingen binnen een bepaalde samenleving andere denkschema's gebruiken of in uiteenlopende cognitieve werelden leven,

kan zelfs binnen eenzelfde samenleving een misverstand over de betekenis van een concrete praktijk of een woord ontstaan. De beoogde verandering wordt dan in feite teniet gedaan of vindt zelfs in het geheel niet plaats. Zulke misverstanden vinden we bij uitstek in het spanningsveld tussen hogere en lagere, meer esthetiserende en meer instrumentele, meer elitaire en meer volkse vormen van cultuur. Het recente Nederlandse onderzoek naar *charivari*, ketelmuziek, biedt er voorbeelden te over van.⁶ Welke concrete vorm de praktijk van het *charivari* ook moge aannemen, steeds gaat het om een ritueel dat in de ogen van diegenen die het voltrekken een verbroken communicatie verbeeldt die de gehele gemeenschap aangaat en die hersteld moet worden. Maar op een gegeven moment hebben de culturele elites hun cognitief wereldbeeld bijgesteld: ze hebben zich zoetjes aan losgemaakt van de oude voorstelling van een ongedeelde lokale gemeenschap en zijn een ander beeld van de samenleving gaan construeren. Dat nieuwe beeld behelsde een sociale stratificatie volgens intellectuele maatstaven: de verlichte elite, die zich per definitie boven lokale waarden verhief, plaatste zichzelf tegenover een onwetend volk dat de grenzen van het waardensysteem van de lokale gemeenschap niet wist te overschrijden.⁷

Vanaf dat ogenblik moest de *charivari*-praktijk wel een fundamenteel andere zin krijgen. Ze kon niet langer een reparatie rite zijn die de samenhang van de lokale *moral economy* (zoals E.P. Thompson het treffend heeft genoemd) herstelde, maar gaf juist het punt aan waarop de gemeenschapspraktijk van het lagere volk met de morele orde (die van de elite) brak. Dat betekende tegelijk dat de schuldvraag werd omgedraaid: niet het slachtoffer van het *charivari* was schuldig, maar de uitvoerders van het ritueel. Het ritueel werd dus beteugeld, de kop in gedrukt, afgeschaft. Die repressie hield een dringende boodschap in die evenzeer tot de uitvoerders als tot het slachtoffer werd gericht, namelijk dat in de hogere cognitieve orde waartoe de repressieve elite behoorde, een medium als het *charivari* geen betekenis meer had. Niet dat die elite geen uitsluitingsritueel meer kende - ook de verenigingen van de hogere burgerij balloteren, royeren, ignoreren en beboeten - maar de cognitieve kloof was intussen zo groot geworden dat de betekenis van zulke symmetrische rituelen over en weer niet meer werd herkend.

Met deze voorbeelden bedoel ik niet alleen het nut van een zo compleet en genuanceerd mogelijke benadering van het 'medium' aan te geven, maar ook het complexe karakter van de interactie tussen medium en sociaal-culturele verandering. Die interactie werkt niet mechanisch - vaak werkt ze zelfs op basis van misverstanden. Niettemin werkt ze, en we hebben er alles bij te winnen die werking naar al haar facetten te ontrafelen.

Hoe rechtstreeks werkt het veranderingsproces?

Daarmee kom ik op een derde punt van reflectie. Het gaat in deze bundel niet om 'media' of 'communicatie' op zich, maar om 'media en sociaal-culturele verandering', om datgene wat het communicatieproces door middel van communicatie-instrumenten bewerkstelligt. Dat die instrumenten zelf het uitgangspunt van de meeste bijdragen vormen, ligt in de aard van de aanpak besloten. Maar *hoe* zulke media nu precies veranderingen van sociaal-culturele aard, dus in de groepscultuur van een samenleving of van haar bestanddelen, tot stand brengen, blijft veelal op de achtergrond. Juist hier moeten we waken voor al te impliciete hypothesen of een al te vanzelfsprekende benadering. Het gaat immers niet om communicatie als zodanig, maar om *geslaagde* communicatie, communicatie die verandering heeft bewerkt - althans om een nadere bepaling van de voorwaarden daartoe. Het gaat in deze bundel om *persuasive communication*, om de samenhang tussen aanbod en receptie, tussen de geformuleerde norm of boodschap en de gerealiseerde verandering. Niet alle uitgezonden boodschappen komen immers over. Juist de voorwaarden van dat al dan niet overkomen vormen de kern van het dynamisch proces dat we hier centraal zouden moeten stellen.

In werkelijkheid vindt verandering niet steeds onmiddellijk plaats maar vooruitgeschoven in de tijd. Gewoonlijk is ze de resultante van een complex proces dat meerdere stappen en tussenstappen kent. We zouden haar kunnen kenmerken met de term 'vertraagde dynamiek'. Geslaagde communicatie verloopt dan achtereenvolgens langs verschillende culturele schijven of kanalen. Elk kanaal maakt het mogelijk een nieuwe sociale hindernis te nemen, een andere culturele barrière te overschrijden. Elk kanaal vormt een nieuwe stap in een cognitief transformatieproces dat uiteindelijk tot effectieve verandering van wereldbeeld, gedragscode of handelingspatroon leidt. In deze bredere zin, die van een geslaagde, daadwerkelijke communicatie, kan de sociaal-culturele dynamiek dus meerdere opeenvolgende processen van communicatie in engere zin ('stappen') vergen. Wie zich dat niet voldoende realiseert, glijdt bij de analyse licht uit.

Ook hier weer kan een voorbeeld verduidelijken wat ik bedoel. Ik kies het opnieuw in een periode en op een terrein die mij vertrouwd zijn, dat van het materiële medium (zelfs massamedium) van de pamfletten uit de vroegmoderne tijd. Alleen voor Nederland kennen we al enkele tienduizenden verschillende pamfletten uit de zestiende, zeventiende en achttiende eeuw - en uit diverse gegevens valt af te leiden dat van een onbekend aantal duizenden pamfletten geen enkel exemplaar meer over is. Al zal de oplage veelal niet erg groot zijn geweest, wellicht tussen de enkele honderden en de duizend exemplaren, een

niet onbelangrijk aantal ervan is enkele, soms zelfs vele malen herdrukt. Het totaal aantal exemplaren dat op de markt is gebracht moet in de miljoenen hebben gelopen. Nogal wat pamfletten dragen een strijdbaar of tenminste een opdringerig karakter: het zijn bij uitstek middelen voor *persuasive communication*, die wel tegenspraak oproepen maar deze eigenlijk niet dulden. In een aantal cruciale gevallen blijkt de sociaal-culturele ontwikkeling parallel te lopen met de militante boodschap van pamfletten. Het best bestudeerde geval is wel dat van Luthers kerkhervorming, intensief begeleid door een pamflettenstrijd waarin de grote hervormer zelf het voortouw nam. Met name voor de doorbraak en verspreiding van de Hervorming in zestiende-eeuws Duitsland is de laatste jaren dan ook een grote nadruk gelegd op de doorslaggevende rol van pamfletten en de volksprent als propagandamedia ten behoeve van de massa.⁸ De communicatie lijkt hier dus in alle opzichten geslaagd: het pamflet is ruim verspreid, de boodschap is overgenomen, Luthers inzichten hebben gezegevierd. Dat is precies wat de auteurs met hun pamfletten beoogden.

Maar mogen we die pamfletten nu aanwijzen als de onmiddellijke oorzaak van de vorm van sociaal-culturele verandering die de Hervorming betekend heeft? Bestaat de dynamiek dus uit een onmiddellijk samenspel tussen leesstof en lezer? Enige scepsis over die wat naïeve voorstelling is op haar plaats. In feite gaat het hier om een oud probleem dat elke docent vertrouwd zou moeten voorkomen: volstaat het een meester te aanhoren om een leerling te worden? Een boek te lezen om zich achter de inhoud te scharen? In werkelijkheid verloopt het proces niet zo simpel: een boodschap moet worden geformuleerd, overgebracht, gedecodeerd, herkend en als zinvol aangenomen. In alle stadia van het proces kan er iets scheef gaan en in bijna geen enkele fase verloopt het proces zo zuiver als in een laboratoriumsituatie, zonder de ruis van invloeden van buitenaf (de opinie van huisgenoten, vrienden, medeleerlingen of collega's, andere lectuur, gesprekken en ervaringen, enzovoort). Vooral in de laatste van de zojuist genoemde fasen, die van de zingeving, stukt de communicatie nogal eens, omdat de operatie waarbij iets als zinvol wordt aangenomen zowel wordt beïnvloed door de context waarin de communicatie plaatsvindt als door de wijze waarop de ontvanger meer in het algemeen de werkelijkheid waarneemt, zijn wereldbeeld. Een eenmaal herkende boodschap moet hij ook een zinvolle plaats in zijn perceptie van de werkelijkheid kunnen geven, haar dus kunnen internaliseren. Ondanks een schijnbare overeenkomst van meningen of ideeën gaat dat wel eens mis, omdat de context tegenwerkt of andere waarden de ontvanger belangrijker voorkomen.

Bij de materiële, geobjectiveerde media uit vroeger eeuwen komt daar nog een probleem bij. Wij kennen namelijk bijna nooit de precieze samenstelling van

de doelgroep of van de ontvangende partij, en als we dat al weten, is niet steeds bekend of de groep wel rechtstreeks werd bereikt en of er geen anderen tussenbeide kwamen: culturele bemiddelaars of 'makelaars' die de boodschap stapsgewijs vertaalden.⁹ Juist hier botst de interpretatie van de zestiende-eeuwse pamfletten uit Duitsland, als massamedium, op een ander aspect van recent onderzoek, namelijk de leescapaciteit. In het vroegmoderne Duitsland van vóór de piëtistische leesrevolutie van de achttiende eeuw blijkt de actieve leescapaciteit veel geringer te zijn geweest en vooral sociaal veel ongelijker verdeeld dan tot nu toe op grond van de mythe van de Lutherbijbel, die het volk aan het lezen zou hebben gebracht, werd aangenomen¹⁰. Niet dat de bijbel niet zou zijn gelezen of dat het boek de protestantse bevolking niet vertrouwder zou zijn geworden dan in de eeuwen van de ongedeelde christenheid, maar de bijbel werd veel minder rechtstreeks gelezen dan men vroeger meende, en veel meer bemiddeld door een voorlezende predikant, katechist of vader.

Soms weten we dat een tekst achtereenvolgens voor verschillende doelgroepen werd herschreven om de communicatie doeltreffender te maken. Niet alleen onder de protestanten, maar ook onder de katholieken. Zo het scherp anti-erasmiaanse en anti-lutherse pamflet over de aanstaande komst van de Antichrist dat een Gelderse priester in 1524 in opdracht van zijn hertog in twee versies liet verschijnen: een geleerde Latijnse versie voor de priesters en klerken, een 'volkse' Nederduitse versie voor de leken.¹¹ In die Nederduitse versie werd de geleerde boodschap in voor de doelgroep herkenbare termen vertaald: toverij en duivel worden erbij gehaald om de tekenen van de eindtijd voor de leek geloofwaardig te maken. Nadere analyse van het 'volkse' pamflet laat echter zien dat de term 'leek' ook hier met een korrel zout moet worden genomen. De auteur richt zich hier en daar specifiek tot nonnen en tot gezeten burgers - diegenen met andere woorden die een minimum aan culturele vorming hadden genoten en vrijwel zeker zelf actief met het geschreven woord konden omgaan.

We mogen aannemen dat de rest van het volk in wezen nog in een orale cultuur leefde. De gefixeerde denkcategorieën die kenmerkend zijn voor schriftcultuur kregen er niet onmiddellijk vat op.¹² Schriftcultuur leidt immers tot andere vormen van perceptie van de werkelijkheid, tot een ander cognitief systeem, en vooral tot andere vormen van receptie en legitimatie van het woord. De persoonlijke relatie tussen zender en ontvanger van de boodschap boet aan belang in, en de rol van het menselijk opzicht wordt vervangen door die van de even efficiënte, maar minder goed vatbare en tegelijk veel meer gevarieerde publieke opinie. Hoe kon een in termen van schriftcultuur geformuleerde boodschap nu vat krijgen op een bevolking die in wezen slechts orale vormen van overdracht en overreding gewend was? Om uit het dilemma te raken kunnen we een beroep doen op het model van de uitgestelde, stapsgewijze

communicatiestroom, de *multi-step flow of communication*.¹³ Volgens dit model kan de boodschap van de pamfletten wel degelijk bij de doelgroep overkomen, maar via een of meer tussenstappen die evenzoveel cognitieve transformaties inhouden - in dit geval op zijn minst de vertaalslag van de schriftcultuur naar de orale cultuur.

In de eerste fase van dat getrapte proces komt de boodschap eigenlijk alleen over bij de kleine groep visuele lezers (dat wil zeggen, zij die zelf een pamflet ter hand nemen en er rechtstreeks in gaan zitten lezen), de geletterden. Deze vormen wel de onmiddellijke maar niet de uiteindelijke doelgroep. Voorzover deze lezers zelf nog in de orale cultuur kunnen participeren, vertalen ze de boodschap vervolgens in de cognitieve termen van die orale cultuur die nog eigen is aan de definitieve doelgroep, het 'volk'. Daarbij gebruiken ze andere typen media: preken, rederijkersspelen, kroegpraat, kerkespraak, molenpraat, pomp- of buurtspraak, en andere meer of minder geïnstitutionaliseerde vormen van pre-industriële waarden- en kennisoverdracht, waarbij ook visuele signalen zoals afbeeldingen en prenten, gebaren en mimiek een grotere rol kunnen spelen dan in de schriftcultuur. Eerst dan wordt de boodschap werkelijk ontvangen door die groep waarvoor ze aanvankelijk bedoeld was en wordt de beoogde sociaal-culturele verandering bereikt. Maar - zoveel zal duidelijk zijn - het veranderingsproces was intussen al een fors handje geholpen door de tussenkomst van culturele tussenpersonen, die makelaars van woorden en ideeën wier belang we op dit ogenblik pas beginnen te ontdekken.¹⁴ Functionele makelaars die betaald worden om boodschappen van het ene cognitief systeem naar het andere te vertalen, zoals notarissen, schrijfmeesters, priesters, predikanten, voorlichters, journalisten en al degenen die worden aangesteld om symbolen te coderen of te decoderen, zoals een wapenheraut of een illustrator; maar ook onbetaalde of onvrijwillige makelaars, zoals de tijdens de vroegmoderne periode zo talrijke dienstboden, migranten en marskramers.¹⁵

Besluit

Een kort woord tot besluit. Deze inleiding is bewust tot enkele kanttekeningen beperkt gehouden. Drie punten daaruit lijken mij van meer duurzaam belang.

1. We moeten steeds voor ogen houden dat de term 'medium' meer dekt dan alleen de hedendaagse 'massamedia', terwijl ook de term 'massa' naar gelang van de periode wel enige precisering behoeft. Al is het denkbaar dat de massamedia het karakter van het communicatieproces radicaal hebben veranderd, niettemin vond ook vóór de opkomst daarvan communicatie op

grote schaal plaats met behulp van instrumenten die uitdrukkelijk de grote massa bedoelden te bereiken.

2. Niet alleen materiële informatiedragers kunnen media zijn, maar ook immateriële vormen van cultuuroverdracht spelen die rol, zoals het gesproken woord, het gebaar of het ritueel. Vaak zal de dynamiek van de sociaal-culturele verandering juist door een samenspel van beide typen media worden bewerkstelligd: gerucht en gesprek ondersteunen én transformeren de boodschap van het gedrukte woord. Het relatief belang van zulke immateriële vormen van cultuuroverdracht is tot driemaal toe aan een grote verschuiving onderhevig geweest, achtereenvolgens bij de doorbraak van de schriftcultuur, de drukkunst en de moderne massamedia die het mechanisme van de communicatie ingrijpend hebben veranderd.
3. Effectieve sociaal-culturele verandering kan eigenlijk zelden of nooit uit de norm, dat wil zeggen de inhoud van een boodschap of de klaarblijkelijke intenties van een medium, worden afgeleid - al was het maar omdat een geslaagd communicatieproces gewoonlijk enkele tussenstappen en vertaalslagen van cognitieve aard kent. Het is belangrijk daarbij scherp te letten op de bemiddelende rol van eventuele tussenpersonen. Tegelijk impliceert dit dat een studie die slechts een van de uiteinden van het communicatieproces (de boodschap of de receptie) in aanmerking neemt, eigenlijk onaf is en niet meer dan een halve waarheid kan kennen. De communicatie ligt in de dynamiek, en deze omsluit het hele proces, van het begin via de tussenstappen tot het einde, zonder de vervorming door 'ruis' te vergeten.

Noten

1. Over het gebaar als middel van cultuuroverdracht in de middeleeuwen verscheen onlangs een mooie synthese van Jean-Claude Schmitt, *La raison des gestes dans l'Occident médiéval* (Parijs, 1990).
2. Voor enkele voorbeelden verwijs ik naar deel drie, 'Vormen van communicatie', van: Peter Burke, *Stadscultuur in Italië tussen Renaissance en Barok* (Amsterdam, 1988) 101-290.
3. Ik kan dan ook niet zonder meer meegaan in de vaak dubieuze conclusies die Carlo Ginzburg in zijn meer recente studies over de heksensabbat en verwante verschijnselen trekt op basis van de 'isomorfie', d.w.z. simpele vorm- of structuurgelijkheid.
4. Zie de bijdragen in Jan Bremmer en Herman Roodenburg, *A Cultural History of Gesture from Antiquity to the Present Day* (Cambridge, 1991).
5. R. van Uytven, 'Rood-wit-zwart: kleurensymboliek en kleursignalen in de Middeleeuwen', *Tijdschrift voor geschiedenis* 97 (1984) 447-469. Ook andere bijdragen uit dit themanummer over 'Vormen van communicatie' sluiten bij de hier gepresenteerde overwegingen aan, met name die van H. Soly over plechtige intochten en A. Blok over openbare strafvoltrekkingen als overgangsriten.

6. Gerard Rooijackers en Tiny Romme, *Charivari in de Nederlanden. Rituele sancties op deviant gedrag* (Amsterdam, 1989), ook verschenen als themanummer van *Volkskundig Bulletin* 15 (1989) 253-394; Onder ketelmuziek wordt verstaan geraas van potten en pannen, ketels enz, vergezeld van een oorverdovend geschreeuw, dat bij wijze van volksjustitie gemaakt wordt voor de deur van lieden, die overspel bedreven hebben of zich anderszins hebben misdragen in de ogen van dorpsbewoners, zie Van Dale, *Groot Woordenboek der Nederlandse Taal* (Utrecht/Antwerpen, 1984)
7. Vgl. W.Th.M. Frijhoff, *Cultuur, mentaliteit: illusies van elites?* (Nijmegen, 1984) 21-28.
8. R.W. Scribner, *For the sake of simple folk. Popular propaganda for the German Reformation* (Cambridge, 1981). Zie voor de prenten meer in het bijzonder: Tessa Watt, *Cheap print and popular piety, 1550-1640* (Cambridge, 1991). Voor Engeland: Herbert Grabes, *Das Englische Pamphlet. Band I: Politische und religiöse Polemik am Beginn der Neuzeit (1521-1640)* (Tübingen, 1990).
9. Uitzonderlijk in dat opzicht is de postale enquête van 1847 die het uitgangspunt heeft gevormd voor de bundeling van artikelen in R. Chartier (ed.), *La correspondance. Les usages de la lettre au XIXe siècle* (Parijs, 1991).
10. Vgl. R. Gawthrop en G. Strauss, 'Protestantism and literacy in early modern Germany', *Past & Present* 104 (1984) 31-55. Voorts R.A. Houston, *Literacy in early modern Europe. Culture and education 1500-1800* (Londen/New York, 1988).
11. W. Frijhoff, 'Het Gelders Antichrist-tractaat (1524) en zijn auteur', *Archief voor de geschiedenis van de katholieke kerk in Nederland* 28 (1986) 192-217.
12. Vgl. Walter J. Ong, *Orality and literacy. The technologizing of the world* (Londen/New York, 1982); Brian Stock, *The implications of literacy. Written language and models of interpretation in the 11th and 12th centuries* (Princeton/New Jersey, 1983); Jack Goody, *The interface between the written and the oral* (Cambridge, 1987).
13. Zie voor dit geval: Hans-Joachim Köhler, 'The *Flugschriften* and their importance in religious debate: a quantitative approach', in: Paola Zambelli (ed.), '*Astrologi hallucinati*'. *Stars and the end of the world in Luther's time* (Berlijn/New York, 1986) 153-175.
14. Michel Vovelle (ed.), *Les Intermédiaires culturels* (Aix-en-Provence/Parijs, 1981); *idem*, *Mentaliteitsgeschiedenis. Essays over leef- en beeldwereld* (Nijmegen, 1985) 126-141.
15. Vgl. Daniel Roche, *Le peuple de Paris. Essai sur la culture populaire au XVIIIe siècle* (Parijs, 1981); *idem*, 'Le précepteur, éducateur privilégié et intermédiaire culturel', *Les Républicains des lettres. Gens de culture et Lumières au XVIIIe siècle* (Parijs, 1988) 331-349.